



Baustoff-Jahrbuch 2020/2021

Daten - Fakten - Hintergründe
18. Ausgabe

RM Handelsmedien
Rudolf Müller Mediengruppe

RM Rudolf Müller



Foto: Impulse für den Wohnungsbau

Vor Corona: Zahlreiche Medienschaffende auf einer Pressekonferenz in Berlin zum Thema „Mitarbeiter-Wohnen“.



Foto: Pixabay

Das Baugewerbe stellte seine Systemrelevanz in diesem Jahr unter Beweis.

Katharina Metzger

Zum Geleit..... 06

BDB und Gesprächskreis im Baujahr 2019/20 08

Dr. Eckard Kern, Michael Hölker

Gemeinsamer Erfolg
durch gemeinsames Handeln..... 19

Katharina Metzger, Hartmut Goldboom

Zielführendes Miteinander 22

Volker Christmann

Nachhaltig bauen – hochwertig recyceln 25

Dr. Markus Stolper

Corona als Booster 28

Rolf Haberlah

Erfolgstreiber Marke 31

Dr. Eckard Kern

Wirtschaft 4.0 im Stresstest 42

Stefan Endlweber

Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie 46

Stefan Mechter

Die Bedeutung der letzten Meile. 50

Gerhard Wellert

So wird Digitalisierung zum Mehrwert..... 53

Sebastian Specht

Kunden und Handwerkspartner
zusammenbringen 64

Patrik Polakovic

Den Umbruch der Branche erfolgreich gestalten 66

Alexander Weber

Die DNA einer Premiummarke 69

Kåre O. Malo, Timo Kirstein

Vertrauen in die digitale Zukunft 80

Peter Theissing

Einfachheit als Quellcode des Problemlösens..... 83

Johannes Häringslack

Eine Retrospektive 86

Dr. Hannes Zapf

„Die Zukunft mineralischer Baustoffe ist grün“ 88



Foto: Redaktion/ts

Nachhaltig: In der Düsseldorfer Innenstadt entsteht mit ach Kilometern Hainbuche ein grüner Hügel, der zweiteilige Geschäfts- und Bürobaukörper Kö-Bogen II.

Christian Engelke
 Baukonjunktur und Corona 90

Ludwig Dorffmeister
 Europäisches Bauvolumen bricht 2020 um 11,5
 Prozent ein 94

Michael Müller
 Bislang noch stabiles Wachstum für
 globale Baubranche 100

Termine für die Baustoffbranche 102

Verbände und Organisationen 104

Unternehmen und Management 114

Foto: Pixabay





Gemeinsamer Erfolg durch gemeinsames Handeln

DPB Datenmanagement zur Prozessoptimierung für Bauprodukte im Groß- und Einzelhandel

2019 haben die Kooperationen Eurobaustoff, Hagebau, Bauvista und ZEB gemeinsam mit dem Gesprächskreis Baustoffindustrie im BDB, dem BDB und dem Verein WIR für Ausbau und Trockenbau eine neue Organisation gegründet, die die Prozessoptimierung im Datenmanagement in der Prozesskette Bauwirtschaft im Fokus hat. Nach der BauDatenbank ist dies die zweite Organisation, mit der der BDB beziehungsweise der Gesprächskreis Baustoffindustrie/BDB sich im Datenmanagement engagiert. Die Redaktion sprach mit Michael Hölker, Hauptgeschäftsführer des BDB, sowie Dr. Eckard Kern, Vorsitzender der Geschäftsführung der Eurobaustoff, als Vorsitzendem beziehungsweise stellvertretendem Vorsitzenden des Vereins über Hintergründe und Ziele der Vereinsgründung „DPB Datenmanagement zur Prozessoptimierung für Bauprodukte im Groß- und Einzelhandel e.V. (DPB)“.

Herr Hölker, warum wurde im April 2019 ein neuer Verein mit der Aufgabenstellung im Datenmanagement gegründet?

Michael Hölker: Der Startpunkt für die Gründung lag eigentlich noch ein bisschen früher – in der Gesprächskreis-Mitgliederversammlung 2017 bei Schlüter Systems. Dort war klar, es müssen Eurobaustoff und Hagebau als große Kooperationen an einem Strang ziehen, wenn man das Artikelstammdatenthema lösen möchte. Das war ein neues Signal, das sicherlich auch auf die damals neu in Ihren Funktionen Verantwortlichen bei Eurobaustoff und Hagebau, Dr. Eckard Kern und Jan-Buck Emden, zurückzuführen ist. Gemeinsam mit Stefan Thurn, den Verantwortlichen in den Konzernunternehmen und den Kooperationen ZEB und Bauvista war klar, dass dies eine gute Basis für eine

branchenweite Vorgehensweise war. Das führte nach compliancetechnischen Sondierungen im April 2019 zur Gründung des neuen Vereins DPB.

Aber das „Warum?“ muss ich noch beantworten. Es war vorher nicht gelungen, den überwiegenden Teil der Branche auf Fachhandelsseite hinter einer Lösung zu versammeln. Ferner gab es bis dahin keine Darstellung, in der nur die Handels- beziehungsweise Fachhandels-sicht des Datenthemas dargestellt wurde. Anders als bisher war dieses Thema jetzt von der Chefebene initiiert und nicht nur von Extern an die Gruppen und Unternehmen herangetragen – Datenmanagement wurde zur Chefsache gemacht.

Dr. Kern, worin lag der Strategiewechsel begründet?



Vereinsgründung 2019 in Frankfurt (v. l.): Michael Hölker (BDB), Hartmut Goldboom (Hagebau), Jan Buck-Emden (Hagebau), Dr. Eckard Kern (Eurobaustoff), Johannes Häringslack (Bauvista), Erich Hladky (ZEB), Antonius Trachernach (ZEB), Jürgen Engels (WIR), Silke Gisa (De Faria & Partner), Stefan Thurn (BDB-Präsident und Vorsitzender der Gesprächskreis Baustoffindustrie/BDB), Arne Blöcker (Eurobaustoff), Hartmut Möller (Eurobaustoff). Michael Mautz (Hagebau) nicht im Bild.

Dr. Eckard Kern: In der Einschätzung, dass gute Daten eine wichtige Voraussetzung für die Optimierung der Prozesse sind, aber eben nur eine wichtige Voraussetzung. Der eigentliche Unterschied, die Differenzierung in den Dienstleistungen liegt nachher darin, was man aus den Daten macht. Welche Anwendungen programmiert eine Kooperation mit ihren Gesellschaftern, welche Tools werden zur Optimierung genutzt und vor allem, sind die Anwendungen automatisiert, das heißt vermeidet man manuelle Prozesse im Datenhandling. Die Strategieanpassung lag darin, dass nicht die bilateral bezogenen Daten individuell optimiert werden, um allein die besten Daten zu haben, sondern alle beziehen sich auf ein Ausgangsformat und investieren ihre Kräfte gemeinsam mit den Herstellern, die Datenausgangsbasis von den Herstellern so gut, so klar und so automatisiert wie möglich zu erhalten.

Hölker: ... erlauben Sie einen Vergleich ...

Michael Hölker: Das mit dem Datenstandard der Artikelstammdaten ist in etwa so wie mit der deutschen Sprache. Die Regeln werden von der „Dudenkommission“ festgelegt und werden veröffentlicht im Duden, aber was man aus der deutschen Sprache nachher macht, ist von Personenkreis zu Personenkreis sehr unterschiedlich. Aber es macht keinen Sinn, mehrere „Duden-Systeme“ nebeneinander festzulegen, denn dann wissen die Anwender nie, worauf sich der Partner gerade bezieht. Und wir haben jetzt mit dem Verein DPB einen Verein gegründet, der für Einzelhandel- und Fachhandel in einer einheitlichen Systematik nach dem Regel- und Erfahrungswerk von GS1

und der BauDatenbank die Struktur für die Aufbereitung von Artikelstammdaten managt.

Worin liegt dann zukünftig der Sinn von Arbeitskreisen im Gesprächskreis oder die Aufgabenstellung der BauDatenbank, Dr. Kern?

Dr. Eckard Kern: Zunächst einmal muss man festhalten, dass das, was die BauDatenbank an Arbeit geleistet hat, dazu geführt hat, dass es eines der wenigen Unternehmen war, die überhaupt über strukturierte Daten verfügt hat. Aus Handelssicht war das schon einmal ein Vorteil. Leider beinhalteten die Daten nicht alle Felder, die für den Fachhandel und seine Aufgabenstellungen essentiell sind, denn bestimmte Felder zum Beispiel bei Handelsartikeln oder bestimmte Kalkulationsfeld- oder Warengruppeninformationen können gar nicht von einem Externen oder Hersteller kommen, sondern müssen von den Handelsorganisationen selbst erarbeitet und hinzugefügt werden.

Der Nachteil der bisherigen Datenstruktur lag darin, dass die Daten nicht für den Einzel- und den Fachhandel in einer gemeinsamen Art und Weise strukturiert waren. Das haben wir mit der Veröffentlichung der Datenrichtlinie im März 2020 geändert. Erstmals wurde die Struktur in einheitlicher Art und Weise für Einzel- und Fachhandel dargestellt. Die Experten aus den beteiligten Fachhandelsorganisationen haben in einer Arbeitsgruppe mit den Dienstleistern GS1 und BauDatenbank zusammengearbeitet, sozusagen um im Bild von vorhin zu bleiben, die „Duden-Expertenkommission“ gebildet,

um den Standard für Einzelhandel- und Fachhandel zu erarbeiten. Und sie haben dabei eine hervorragende Arbeit geleistet, die wir auf der Homepage des neuen Vereins DPB www.branchenstandard.com offen, für jedermann einsehbar dargestellt haben.

Dann wurden zwischen Industrie und Fachhandel Besonderheiten abgestimmt, die so im GS 1 Regelwerk oder bei der BauDatenbank nicht vorgesehen waren. Inhaltspunkte zum Beispiel im Bereich Fliesen wurden nunmehr in Codelisten abgebildet und nicht als eigene Merkmale aufgeführt. Man hat also bisherige Regelinkonsistenzen beseitigt. Last but not least gibt es nach wie vor in der BauDatenbank Prozesse, die bis heute nicht in anderen Systemen abgebildet sind. So haben wir einen Informationsprozess zu REACH oder zu den Übereinstimmungserklärungen bei der Bauproduktenverordnung im Datenfluss der BauDatenbank abgebildet, den es so nicht oder nur sehr unvollständig gibt. Hierzu sind extra Arbeitsaufträge vom Gesprächskreis an die BauDatenbank erteilt worden, um verordnungskonform informieren zu können. Und ... das ist das letzte Argument, mit der Eurobaustoff, der Hagebau, der Stark Gruppe, Bauvita, dem ZEB und BVS steht der weit überwiegende Teil der Branche hinter dieser Lösung, was bisher so auch nicht der Fall war.

Was ist mit denen, die jetzt nicht genannt wurden?

Michael Hölker: Auch die profitieren von der Lösung, denn wenn Sie von den Herstellern nach der DPB Struktur Daten erhalten, das Regelwerk ist ja für alle offen, dann müssen Sie nur einmal eine Routine erarbeiten und schon können die Daten viel einfacher und standardisiert in andere Formate überführt werden und gegebenenfalls um andere Informationen ergänzt werden. Strukturierte, klar beschriebene Daten sind in jedem Fall ein Vorteil für alle in der Prozesskette Bau.

Wie kann sich die Industrie in die Diskussion um die Entwicklung der Datenstandards einbringen, Herr Hölker?

Michael Hölker: Rein formell ist der Gesprächskreis Baustoffindustrie im BDB e.V. Gründungsmitglied im Verein DPB. Damit ist über den Gesprächskreisvorstand, der letztlich Auftraggeber der Arbeitsgruppen ist und dem mit der Mitgliederversammlung des Gesprächskreises die Arbeitsgruppensprecher auf der Mitgliederversammlung über die Ergebnisse berichten, die Industrie in den Berichtsfluss einbezogen. Operativ gibt es weiterhin die Arbeitsgruppe Datenaustausch, die allerdings im ersten Schritt ein Stück in Warteposition war, weil sich der neue Verein finden musste. Letztlich sind es zum Teil die gleichen Personen, die da arbeiten und da musste sich die Fachhandelsseite zunächst einmal finden. Zukünftig werden aber die Ergebnisse aus der Arbeitsgruppe des Fachhandels im DPB mit den Partnern aus der Industrie abgestimmt und erarbeitet werden müssen. In diesem „Corona-Sommer“ wurde die erste Aussendung durch die Fachhandelsorganisationen an die Industrie vorgenommen und auch da wird deutlich, wie komplex das Thema ist. Selbst mit größter Umsicht und Sorgfalt lassen sich nicht alle Eventualitäten vordenen und ist es notwendig, produktspezifische Details zu manchen Produkten zu erläutern und zu spezifizieren. Dazu ist es unerlässlich, dass auch zukünftig Industrie und Fachhandel in gemeinsamen

Arbeitsgruppen agieren. Ich denke, nach der Zeit der Coronabeschränkungen wird sich das auch wieder einpendeln, so wie es früher war.

Dr. Kern, bitte geben Sie einen Ausblick auf Strategie und nächste Schritte.

Dr. Eckard Kern: Ich denke, dass was wir jetzt als Erstes angepackt haben, die Standardisierung der Artikelstammdaten, war ein wichtiger, grundlegender Schritt. Ich behaupte, jede Art von Digitalisierungsüberlegungen ist zum Scheitern verurteilt, wenn man nicht an diesem Punkt startet. Letztlich ist es dem Artikel fast egal, wo er angewendet oder verkauft wird, er muss auf jeden Fall sicher „bezeichnet“ sein oder beschrieben werden können. Alle Schnittstellenarbeit und dergleichen ist viel einfacher, wenn immer eindeutige Informationen zu Artikeln vorhanden sind. Letztlich ist Bauen das Zusammenfügen von Artikeln zu einem Gebäude oder einem Bauteil. Und eine Rezeptur ohne eindeutige Bestandteile oder Inhaltsstoffe ist kaum abbildbar.

Das was da heute beschrieben wird, kann natürlich ausgeweitet werden. Je mehr Informationen man zu einem Artikel hat, desto zielführender lassen sich Funktionen erarbeiten, die an dem Artikel hängen. Das heißt, in einer sinnvollen Entwicklung, denn gleichzeitig müssen die neuen Anwendungen aus diesen Informationen erarbeitet werden, sollen weitere Artikelinformationen eingesammelt und aufbereitet werden. Ich bin auch sicher, dass es von staatlicher Seite weitere Verordnungen, Vorschriften und Berichtspflichten geben wird, die dazu führen, dass mehr Daten und Informationen benötigt werden.

Als weiteres gilt es, die Artikel um Klassifikationen und Attribute anzureichern. Das ist die Voraussetzung für weitere Vermarktungsmöglichkeiten der Produkte der Industrie durch den Fachhandel. Hier sind heute und in Zukunft viele Ausleitungssysteme auf Handelsseite im Einsatz bzw. denkbar. Diese Klassifikationen und Attribute wurden bei den meisten großen Handelsorganisationen bereits mit viel Aufwand erarbeitet und erstellt. Auf der anderen Seite sind diese Informationen bei der Industrie oft vorhanden. Hier brauchen wir auch den gemeinsamen Schulterschluss zwischen Industrie und Handel, hier keine Doppelarbeiten zu erzeugen, sondern die vorhandenen Informationen an die Stelle zu bringen, wo sie für den Verkauf gebraucht werden.

Das ist konkret eine der nächsten Aufgabenstellungen im DPB an der unsere Fachleute arbeiten, die Wege zu beschreiben, wie wir die artikelspezifischen Attribute und baustoffspezifischen Merkmale und Ausprägungen in ein entsprechendes Moderationstool einzubringen, zum Beispiel einem Tool wie Etim, das in der Elektroindustrie entwickelt wurde. ■

Zu den Interviewpartnern

Michael Hölker ist seit Oktober 2008 Hauptgeschäftsführer des Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel (BDB) in Berlin.

Dr. Eckard Kern ist seit dem 1. August 2017 Vorsitzender der Geschäftsführung in der Eurobaustoff Handelsgesellschaft mbH & Co. KG mit Sitz in Bad Nauheim.



Erfolgstreiber Marke

Kundenorientierte Markenstrategie mit globaler Allianz und lokaler Expertise

Die Entwicklung von Marketing und Markenführung ist geprägt von vielen und stetigen Veränderungen. Märkte sind gereift und haben sich weiterentwickelt, die Rollen der Marktbeteiligten und ihre Beziehungen haben sich verändert: Aus dem Verkäufermarkt der 1950er Jahre wurde mit zunehmendem Produktangebot ein Käufermarkt. Starke, teils über Jahre hinweg gereifte Markenkongen müssen sich in fragmentierten, multidimensionalen Märkten behaupten. Das betrifft die Konsumbranche genauso wie die Baustoffbranche. Immer mehr Produkte und die zunehmende Vielfalt an Kanälen setzen eine immer stärkere Markenführung voraus. Für Unternehmen gilt in diesen Zeiten mehr denn je: Die Marken stehen im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns. Das bedeutet für viele Unternehmen einschneidende Veränderungen im Marketing Mix beziehungsweise teilweise sogar ein grundlegender Wandel der Unternehmenskulturen, um aktuellen Customer Journeys gerecht zu werden.

Rolf Haberlah

Wichtige Megatrends treiben die Baustoffbranche voran. Sie verändern ihre Märkte und Kunden. Aufgrund von Ressourcenknappheit sind Unternehmen gezwungen, Rohstoffe effizienter zu nutzen und zu recyceln. Alternde Städte müssen modernisiert werden. Vorschriften, zunehmende Komplexität aber auch ganz neue Situationen wie Covid-19 und die damit einhergehenden Folgen beeinflussen die Produktentwicklung sowie die Lieferkette der Baustoffbranche. Auch die Etex, vor über 100 Jahren als Familienunternehmen gegründet, ist sich diesen und weiteren Herausforderungen auf der Welt bewusst und übernimmt Verantwortung. Mit modularen Baulösungen, vorgefertigten Einheiten und innovativen Trockenbaumaterialien will der internationaler Baustoffspezialist für Leichtbaulösungen mit Sitz in Brüssel diesen enormen Herausforderungen begegnen. Die Voraussetzung dazu: Alle weltweiten Etex-Tochterunternehmen und -Marken spielen als ein gemeinsames Team

zusammen, um so mit noch größerer Durchdringungskraft erfolgreich zu bleiben.

Eine Markenarchitektur rund um den Kunden

Um das Produkt- und Dienstleistungsangebot besser auf die Bedürfnisse der Kunden im Baustoffsektor zuzuschneiden und somit den Herausforderungen der Welt zu begegnen, hat Etex ihre gesamte Markenarchitektur neu konzipiert. Für die in Deutschland ansässigen Etex Unternehmen ist dies nichts Neues: Am 1. April 2018 wurden die Promat GmbH und die Siniat GmbH zur Etex Building Performance GmbH zusammengelegt. Promat und Siniat blieben dabei als eigenständige kommerzielle Marken bestehen.



Fotos: Etex

Vom Unternehmensnamen zum Markennamen mit einem Klassiker: Eternit bündelt über 100 Jahre Erfahrung in seinem Wellplatten-Portfolio für große Gebäude und Dachflächen von Viehställen, Reithallen, Lagergüter- und Maschinenparks sowie Gebäudefassaden.

Die Eternit GmbH, seit 1990 Tochterunternehmen der Etex, geht 2020 diesen Schritt. Zum 1. Oktober 2020 firmiert das Unternehmen in die Etex Germany Exteriors GmbH um. Der Begriff 'Exteriors' im Firmennamen bezeichnet dabei die Geschäftsbereichszugehörigkeit bei Etex, die sogenannten Divisionen.

Der Name Eternit ist damit nicht mehr länger der Unternehmensname, bleibt aber als eine der drei kommerziellen Marken des Unternehmens erhalten. Die Marke Eternit bezeichnet fortan das gesamte Wellplatten-Sortiment des Unternehmens und erhielt im Rahmen dieser Veränderungen ein komplett neues Branding. Während sich hinter dem Sortiment von Equitone und Cedral zwei bereits seit vielen Jahren auf dem Markt bewährte Marken, mit eigener Identität und Strategie, verbergen, musste für die 'neue' Marke Eternit zunächst ein dazugehöriges Markenkonzzept definiert werden. Als finaler Schritt zu einem klaren Markenauftritt mit eigenen Internetseiten pro Marke ging im Sommer 2020 die neue Webseite für die Wellplatten unter www.eternit.de live. Informationen zum Unternehmen finden sich über übergeordnetes Menü, Fokus der neuen Seite www.eternit.de liegt aber ganz klar auf den Produkten der Marke Eternit. Mit der Änderung des Firmennamens und der Entwicklung der Marke Eternit geht die Eternit GmbH als Traditionsunternehmen par excellence damit einen der wohl bedeutendsten Schritte in ihrer Unternehmenshistorie.

Ein Name, ein Werkstoff

Seit mehr als 100 Jahren steht der Name Eternit für Modernität, Universalität und Dauerhaftigkeit. Weit über die Grenzen der Baustoffbranche hinaus hat er sich als Gattungsbegriff für Faserzement etabliert. Führende Architekten ihrer Zeit wie Walter Gropius, Egon Eiermann oder Ernst Neufert machten die hochfesten, zementgebundenen Platten zu einem Werkstoff-Klassiker der Architekturgeschichte. Von Ludwig Hatschek im Jahre 1900 erfunden, bewähren sie sich seitdem als Universal-Werkstoff für Dach, Fassade, Innenausbau und Garten.

Ludwig Hatschek gründete 1893 seine erste Firma. Sieben Jahre lang forschte er nach einem feuerfesten Produkt für Dacheindeckungen, das leichter und haltbarer als Ziegel, günstiger und universeller als Schiefer und beständiger als Blech sein sollte. Im Jahr 1900 meldete er ein Patent für das „Verfahren zur Herstellung von Kunststeinplatten aus Faserstoffen und hydraulischen Bindemitteln“ an.

Die 'neue' Marke Eternit

Im Zuge der 'neuen' Etex-Marke Eternit liegt ein großer Vorteil darin, dass der Begriff 'Eternit' bereits fest in der Baustoffbranche etabliert ist und eine lange Tradition aufweist. Oftmals wird er sogar als Synonym für den Werkstoff gebraucht. Im Alltag bedeutet dies: Wer von Eternit spricht, meint Faserzement oder Wellplatten.



Mit der Marke Cedral holt Etex vor allem private Bauherren und Verarbeiter ab. In Kombination mit Materialien wie Putz oder Glas setzt Cedral Fassadenpaneele Gebäude wie Einfamilienhäuser in Szene.

Die Entwicklung der Marke Eternit für das Wellplattensortiment der Etex Germany Exteriors GmbH ist somit kein kalter Neustart, auch Hatschek verkaufte bereits Lizenzen für den Markennamen Eternit. Für die neue Positionierung der Marke als Startpunkt, als Genesis jeder erfolgreichen Marke, konzentriert sich die Etex Germany Exteriors GmbH auf den Ursprung und die Geschichte des Begriffs Eternit, der es bereits geschafft hat, eine eigenständige, selbständige und überlegene Assoziation in der Wahrnehmung der Zielgruppe zu besetzen. Die Marke Eternit kann diese Position dadurch weiter nutzen und langfristig festigen. Werte wie Tradition, Erfahrung und Beständigkeit sind Bestandteil der neuen Markenpositionierung und weisen die gleichen Vorstellungen der Zielgruppe auf oder sind Teil ihres Wertekanons. Das neue Markenlogo von Eternit lehnt sich an den Wert Tradition an und auch die im Corporate Design verwendete Sprache, Symbole, Referenzen, und Testimonials orientieren sich durchweg an den Ansprüchen der Zielgruppe. Natürlich auch der Wert Verantwortungsbereitschaft, die Eternit mit dem zügigen Ausstieg aus der Asbestzementproduktion in den 1970er und 1980er Jahren gezeigt hat – eine Zeit in der Unternehmenshistorie, der die Etex und die Etex Germany Exteriors GmbH bis heute aufrichtig Tribut zollen und der der daraus resultierenden Verantwortung auch weiterhin gerecht werden.

Kunde im Fokus, umringt von starken Marken

Die drei Marken der Etex Germany Exteriors GmbH – Equitone, Cedral und Eternit – sind die ersten und dauerhaften Berührungspunkte mit den Kunden. Um die Marken zu stärken, konzentriert sich Etex gemeinsam mit seinen Tochterunternehmen im Zuge der neuen globalen Markenstrategie darauf, die einzelnen Handelsmarken zu stärken, eine sogenannte Brand-Architecture um den Kunden herumzubauen und ihn somit ins Zentrum des Handelns zu rücken. Gleichzeitig geht es darum, sich der Markenentwicklung zu stellen, die Verbindung zur Etex-Konzernmarke aufzubauen und diese nach außen sichtbar zu machen.



Mit der Marke Equitone zielt Etex auf Architekten. Hier: Der Campus Tower mit Equitone Fassadentafeln in der Hamburger HafenCity.

Cedral – Die Marke für den Wohnungsbau

Cedral vereint Dach- und Fassadenlösungen für schönere und widerstandsfähigere Häuser. Unter das Produktportfolio fallen kleinformatige Dach- und Fassadenplatten, Fassadenpaneele, Dachunterseiten sowie Eterplan Bauplatten. Damit bietet Etex ein Rund-um-Paket für die Außenseite des Hauses.

Equitone – Die Marke für Architekten

Unter dem Namen Equitone erfolgt der Vertrieb für großformatige Fassadentafeln aus Faserzement. Architekten steht ein umfangreiches Portfolio an Materialien zur Verfügung, dass sie zu nachhaltigen und authentischen Fassadengestaltungen inspiriert.

Eternit – Die Marke für die Landwirtschaft

Ein Name, eine Tradition. Der Markenname Eternit bezeichnet ab 2020 das gesamte Wellplatten-Sortiment aus Faserzement, das hauptsächlich auf landwirtschaftlichen Gebäuden – von Molkerei-, Rinder-, Schweine-, Geflügel- und Reitsportgebäuden über Werkhallen, Wohngebäuden, öffentlichen Gebäuden wie KiTas, Schulen, Sporthallen bis hin zu Lagerhallen zum Einsatz kommt. Eternit Wellplatten, als echtes Original, bringt die Marke zurück zu ihren Wurzeln und will mit innovativen Dachkonzepten „die Landwirtschaft der Zukunft“ inspirieren.

Um die lokalen Niederlassungen in der Entwicklung ihrer starken Marken zu begleiten, wurde ein globales Markenteam initiiert. Das Ziel: Die neue Etex-Geschichte mit ihrer Brand-Architecture relevant und glaubwürdig machen.

Im Zuge der neuen Markenstrategie wurde eine Vielzahl an Initiativen gestartet, die es Mitarbeitern und Kunden gleichermaßen ermöglichen soll, dem Wandel zu folgen. Allen Maßnahmen voran stand die interne Mitarbeiterinformation. Informieren, Unsicherheiten nehmen, zusammen feiern, die Zukunft gemeinsam planen – als weltweit geeintes Team über die lokalen Niederlassungen sowie über Ländergrenzen hinweg. Denn schließlich liegt in der Einigkeit die Stärke. Nur wenn die Etex Mitarbeiter konsequent handeln und mit einer Stimme sprechen, ist die neue Brand-Architektur mit den

Handelsmarken vorweg und einer starken Konzernmarke im Rücken glaubwürdig und für den Markt relevant.

Die Geschichte aller Etex-Mitarbeiter beginnt ab sofort auf der Markenebene. Sie arbeiten für Equitone, für Cedral und für Eternit – alles Produktmarken der Etex. Die Etex Germany Exteriors GmbH hat kein eigenes Firmenlogo. Ein weiterer Schritt auf dem Weg der neuen Markenarchitektur der Etex, in der die Marken und nicht die Unternehmen dahinter im Fokus stehen. Alle als Teil der Etex.

Mit einem neuen Corporate Design wird Etex seinem globalen Anspruch gerecht und geht die nächsten Schritte auf dem Weg zu einer vereinten, inspirierenden Etex. Die neue visuelle Identität ist attraktiv, lebendig und farbenfroh. Sie symbolisiert den Sinn für Partnerschaft und Zusammenarbeit. Ein besonderer Fokus der Markenstrategie der Etex Germany Exteriors liegt auf dem digitalen Marketing, mit dem das Unternehmen auf den digitalen Wandel reagiert. Mit neuer Marketingleitung, einem Leadteam sowie einem Marketingteam mit eigenen Brand- und Customer Journey-Managern je Marke arbeitet das Unternehmen geschlossen daran, die digitale Strategie weiter voranzutreiben. Ein übergeordnetes, konzerneigenes globales Digitalteam unterstützt die lokalen Teams dabei.

Die Internetseiten aller drei Marken erhielten einen Relaunch, die Seite www.eternit.de erhielt im Zuge der neuen Markenposition einen ganz neuen Auftritt. Die Customer Journey der Websites wurde durch einen klareren und intuitiveren Aufbau optimiert, die Produktportfolios aktualisiert, inspirierende Referenzen ergänzt und nützliche Features wie Berechnungs- und Visualisierungstools neu entwickelt. Alles mit dem Ziel, die Webseiten-Besucher, potenzielle Bewerber, Kunden und weitere relevante Stakeholder in die neue Brand-Architecture einzuführen. Jede Marke besitzt ihr eigenes Corporate Design. Kontinuierliche Kommunikation intern wie extern, eigens initiierte Kampagnen, die Gestaltung der Marken-Touchpoints, Kleidung der Mitarbeiter, Beschilderung der Werke und viele weitere Aktionen werden das Unternehmen, die Mitarbeiter sowie die Baustoffbranche in den nächsten Monaten begleiten. Zusammen mit einer Kultur der Zusammenarbeit, Pioniergeist und Leidenschaft will Etex damit den Bedürfnissen des Marktes begegnen.

Etex als Haus der Marken

Eine starke Marke ist einer von vielen weiteren entscheidenden Wettbewerbsvorteilen hinter jedem langfristig denkenden Unternehmen. Aber auch ein Konzern ist ein starkes Werkzeug, mit dem sich die Mitarbeiter auf der einen und die kundenorientierten Marken auf der anderen Seite zusammenführen lassen. Es entsteht eine neue, starke Allianz, mit der das Unternehmen seinen Kunden bestmöglich begegnet und ihren Anforderungen entsprechen kann. Etex hat das erkannt und geht einen Schritt weiter: Das Unternehmen entwickelt sich zu einer kraftvollen, kohärenten Konzernmarke, die den einzelnen Handelsmarken den Rücken stärkt. Eine Win-Win-Situation, denn sowohl Konzernmarke als auch Handelsmarken stärken sich durch die gegenseitige Unterstützung.

Etex steht sinnbildlich für ein Haus der Marken, mit einer Konzernmarke als Umbrella-Brand, die als Gütezeichen ihrer starken Handelsmarken fungiert. Dank dieser Stärke werden Kunden und Partner Schritt für Schritt lernen, wofür Etex steht und allen Marken ihr Vertrauen schenken. Eine solche Veränderung in der Markenstrategie und der Wahrnehmung auf dem Markt endet nicht an Tag X, es ist ein Prozess über Jahre hinweg. Werte, Vision, Mission, Leitbild, Ziele, Zielgruppen, Markenbotschaft, Image und vieles mehr müssen kontinuierlich je Marke überprüft, angepasst und weiterentwickelt werden.

Lokale Kompetenz, globale Wirkung

Etex bietet ein Portfolio von innovativen modularen Systemen bis hin zu führenden Faserzement- und Gipskartonsystemen. Von Anwendungen für Fassaden, Dächer und Terrassen bis hin zu Hochleistungsbrandschutz und Isolierung für Bau- und OEM-Anwendungen. Das Portfolio des Unternehmens spiegelt sich auch in dessen Organisation wider. Weltweit arbeiten über 13.000 Mitarbeiter in 42 Ländern mit 101 Werken für Etex, die 2019 einen Umsatz von drei Milliarden Euro verzeichnete. Das Unternehmen verfügt über fünf Geschäftsbereiche mit jeweils eigener Strategie, sogenannte Divisionen, die auf die Führung in sorgfältig ausgewählten Geschäftsfeldern abzielt. Das Erfolgsrezept: Lokales Know-how mit großer globaler Wirkung.

Die 5 Etex Divisionen

Die 5 Divisionen (Building Performance, Exteriors, Residential Roofing, Industry, New Ways) bringen jeweils ihre Marken mit eigenständigen Leistungsangeboten, Produkten, Konstruktionen und Services auf den Markt, unterstützt durch die globale Konzernmarke Etex. Etex besticht durch gebündelte internationale Kompetenz vieler bewährter Unternehmen und deren Produkteportfolios unter einem Dach. Die Etex Germany Exteriors GmbH knüpft daran an mit dem Ziel, ihre Marktführerschaft mit ihren starken Marken weiter auszubauen. ■

Zum Autor

Rolf Haberlah (Jahrgang 1964) ist seit September 2018 Geschäftsführer der Eternit GmbH, die ab 1.10.2020 als Etex Germany Exteriors GmbH firmiert. Haberlah ist seit mehr als 20 Jahren für die Etex tätig. Parallel zu seiner Funktion als Geschäftsführer D-A-CH verantwortet der gelernte Hochbauspezialfacharbeiter seit September 2016 als Country Manager Fassade den Vertrieb von Equitone, Cedral in Deutschland und Österreich und seit 2019 auch wieder von Cedral Dachprodukten sowie vom Wellplatten-Sortiment Eternit.



Kunden und Handwerkspartner zusammenbringen

hagebau schafft mit „hagedoo“ neuen Vertriebskanal

Die Online-Plattform hagedoo von hagebau bietet für die Gewerke Fenster, Türen oder Garagen Komplettlösungen aus einer Hand. Haus- oder Wohnungsbesitzer können über hagedoo einfach Material und Fachleute für ihr Projekt finden. Möglich wird das durch die Verknüpfung von persönlicher Beratung, Fachhandel und geprüfter Handwerkspartner aus der Region. In der Pilotphase war hagedoo ein voller Erfolg und wird jetzt deutschlandweit ausgerollt.

Sebastian Specht

hagedoo ist eine Online-Plattform, die Kunden mit lokalen hagebau Partnern zusammenbringt. Sie legt den Fokus auf die Verbindung des bestmöglichen Kundenerlebnis mit den neuesten Technologien. Das Ziel: Der beste Ansprechpartner beim Renovieren und Modernisieren aus einer Hand zu sein. Dabei hilft eine moderne technische Infrastruktur, die es ermöglicht, personalisierte Beratungsleistungen auch bei großer Skalierung zu bieten.

So funktioniert es

Zunächst können Interessierte ihr Vorhaben auf hagedoo.de im Detail konfigurieren: Wie viele Fenster sollen eingebaut werden? Wie breit wird das Garagentor? Soll es automatisch oder manuell öffnen? Auf Basis dieser Angaben erhält der Kunde sofort einen Kostenvoranschlag online. Innerhalb von kürzester Zeit wird er durch die Hagedoo-Berater angerufen, um die Details zu besprechen und ein individuelles Angebot zu erstellen. Dieses Angebot und die Kontaktdaten werden dann an den nächstgelegenen teilnehmenden hagebau-Gesellschafter weitergegeben.

Der hagebau Fachhandel und lokale Handwerker setzen das Vorhaben anschließend um. Dabei greift die hagebau auf ein weitverzweigtes Netzwerk an geprüften Handwerkspartnern zurück. Die hagedoo-Berater begleiten das Projekt zudem über die ganze Zeit hinweg als Ansprechpartner. Der Projektfortschritt ist jederzeit im personalisierten Dashboard auf hagedoo.de einsehbar. Auf diese Weise schafft hagedoo Transparenz und Vertrauen.

Auch die Bezahlung des Vorhabens wird über hagedoo abgewickelt. Das bietet Kunden den Vorteil, dass sie die aus dem Onlinehandel bekannten Zahlungsmethoden nutzen können. Zudem sind alle Zahlungen, ob für Handwerkerleistungen oder für Material, in einem Kanal einsehbar und gebündelt. Auch hier schafft das Dashboard von hagedoo Transparenz, indem die Leistungen detailliert aufgelistet werden.



Foto: Hagebau

hagedoo vermittelt den Kontakt zu geprüften regionalen Handwerkspartnern.

Ein neuer Vertriebskanal

Das Konzept der Online-Plattform hagedoo wurde im Rahmen von hagebau X, der Zukunftsinitiative der hagebau, entwickelt. Das Ziel der Plattform: Eine direkte Verbindung zwischen Kunden, Fachhandel und geprüften Handwerkspartnern zu schaffen. hagedoo fungiert als zentrale Vertriebsmaschine, die neue Kundenanfragen generiert und dabei das Beste aus zwei Welten vereint – regionale Standorte vor Ort mit einer skalierbaren, digitalen Infrastruktur. Endkunden gelangen über verschiedene Online-Kanäle auf hagedoo.de. Außerdem finden sie hier ein auf die verschiedenen Gewerke zugeschnittenes Anfrageformular und erhalten eine erste Preisindikation. Da zusätzlich zum klassischen Fach- und Einzelhandelsangebot ein neuer Vertriebskanal entsteht, der stark auf Online-Marketing basiert, sind beinahe alle hagedoo-Kunden Neukunden der hagebau.

Da sich das Geschäftsmodell von hagedoo im Pilotbetrieb schnell als tragfähig und erfolgreich herausstellte, wurde die hagedoo GmbH als eigenes Unternehmen ausgegründet. Mittlerweile wurde das Konzept bereits mit über 60 hagebau-Gesellschaftern und 230 Standorten getestet – und der Erfolg hat sich bestätigt. Betrieben wird hagedoo von Mitarbeitern der hagebau und aus den Gesellschafterhäusern. Die moderne technische Infrastruktur wird von Programmierern aus der Berliner Startup-Szene erstellt.

Wie hagedoo weiter ausgebaut werden soll

Aktuell werden die Bereiche Garagentore, Fenster sowie Haus- und Innentüren abgedeckt, die bei Kunden gefragt sind. Weitere Gewerke werden in Zukunft folgen. Die große Nachfrage zeigt, dass hagedoo genau den Bedarf trifft, denn viele Verbraucher wünschen sich für ihr Projekt einen professionellen Komplettservice. In der Pilotphase konnten insbesondere in Nordrhein-Westfalen zahlreiche Kundenprojekte erfolgreich umgesetzt werden. Kunden zeigen sich überzeugt von der persönlichen Beratung, der schnellen

Reaktionszeit und der Transparenz der Plattform.

Weitere Regionen in ganz Deutschland kommen nun nach und nach hinzu. hagedoo stellt allen Gesellschaftern innerhalb der hagebau das neue Vertriebskonzept zur Verfügung. Bis zum Herbst 2020 wird erwartet, dass eine relevante Anzahl Gesellschafter beitrifft. Somit werden die Gewerke Fenster, Türen und Tore schon bald eine hohe bundesweite Abdeckung erreichen. Weitere Gewerke, wie beispielsweise Vinyl, Laminat und Parkett sollen bis zum Jahresende folgen.

Die Kooperation greift mit dem neuen Angebot auf ihre langjährige Erfahrung und Expertise bei Fachhandel und Baumärkten zurück. Diese Erfahrung ermöglicht es, serviceorientierte Dienstleistungen anzubieten, die für den Kunden einen Mehrwert schaffen. Insbesondere für die jüngere Zielgruppe, die für das klassische stationäre Baumarktangebot häufig nicht affin sind, sind leicht

zugängliche Serviceleistungen wichtig, um sie als Neukunden zu gewinnen. Auch die klare Ausrichtung auf die Kundengewinnung online lässt das Angebot attraktiv werden. Der Trend zur Renovierung und Verschönerung des eigenen Zuhauses wird wohl auch in Zukunft ungebrochen sein. hagedoo holt Eigenheim- und Wohnungsbesitzer genau dort ab und bietet ihnen alles, was sie zur Verwirklichung ihres Vorhabens benötigen. ■

Zum Autor

Sebastian Specht (* 1991) ist Gründer und Geschäftsführer von hagedoo. Bei hagedoo bringt er seine Erfahrungen aus dem Silicon Valley, der chinesischen und europäischen Start-Up Szene mit ein. Während seines Studiums an der EBS Universität gründete er sein eigenes Startup in Berlin mit Investoren wie Axel Springer. Anschließend kam er während seines Executive Masters an der ESCP zur hagebau, wo das Digitalunternehmen hagedoo entstand. Mit hagedoo möchte er die Digitalisierung des Baustoffhandels vorantreiben und Neukunden für die hagebauer generieren. Specht kennt die Baustoffbranche durch das Familienunternehmen Baustoffhandel Tecklenburger Land GmbH & Co. KG, ein Gesellschafter der hagebau, seit Kindesalter.

Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.700 Standorte in Europa angeschlossen. Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,05 Milliarden Euro (2019) nimmt die Gruppe eine führende Position in der Branche ein. Mit etwa 1.400 Mitarbeitern erbringt die Kooperation an sieben Standorten zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser. Hauptsitz der Kooperation ist Soltau mit rund 900 Mitarbeitern.

Verbände und Organisationen

HANDELSVERBÄNDE

Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel e. V. (BDB)	10117 Berlin Am Weidendamm 1 A	Tel.: 0 30 / 59 00 99 - 5 76 info@bdb-bfh.de www.bdb-bfh.de	Michael Hölker (HauptGF)
Bundesverband des Deutschen Fliesen- fachhandels e. V. (VDF)	10717 Berlin Hohenzollerndamm 18	Tel.: 0 30 / 84 31 58 80 vdf@fliesentraeume.de www.fliesentraeume.eu	Wilm Kittelmann (GF)
DER HOLZRING GmbH	28359 Bremen Universitätsallee 5	Tel.: 04 21 / 2 23 15 - 0 info@holzring.de www.holzring.de	Olaf Rützel (GF)
Deutscher Großhandelsverband Haustechnik e. V. (DG Haustechnik)	53173 Bonn Viktoriastraße 27 A	Tel.: 02 28 / 6 29 05 - 0 info@dg-haustechnik.de www.dg-haustechnik.de	Dr. Hans Henning (HauptGF)
Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e. V. (BHB)	50672 Köln Hohenzollerndamm 14	Tel.: 02 21 / 27 75 95 - 0 info@bhb.org www.bhb.org	Dr. Peter O. Wüst (HauptGF)
WIR für Ausbau und Trockenbau e. V.	10117 Berlin Am Weidendamm 1 A	Tel.: 0 30 / 59 00 99 - 5 76 info@wir-für-ausbau.de www.wir-für-ausbau.de	Katharina Metzger (Vorsitzende) Michael Hölker (GF)
Zentralverband des Deutschen Bedachungsfachhandels e. V. (ZDBF)	59069 Hamm Humpertshof 2	Tel.: 0 23 85 / 93 53 - 800 info@zdbf.de www.zdbf.de	Heinz Slink (1. Vorsitzender)
Zentralverband Hartwarenhandel e. V. (ZHH)	40474 Düsseldorf Eichendorffstraße 3	Tel.: 02 11 / 4 70 50 - 0 zhb@zhb.de www.zhb.de	Thomas Dammann (HauptGF)

KOOPERATIONEN

BauPunkt Einkaufs- und Handelsgemeinschaft GmbH & Co. KG (EVb)	73037 Göppingen Zillenhardtstraße 46 Gewerbepark Voralb	Tel.: 0 71 61 / 9 99 31 - 0 info@evb.de www.evb.de	Steffen Eberle (GF)
Baustoff Verbund Süd GbR Zentrale Geschäftsstelle	71384 Weinstadt Dammstraße 19	Tel.: 0 71 51 / 9 84 73 30 info@baustoffverbund.de www.baustoffverbund.de	Markus Kaiser (Leiter Zentrale Geschäftsstelle)
BAUVISTA GmbH & Co. KG	41464 Neuss Am Krausenbaum 42	Tel.: 0 21 31 / 51 16 60 info-gh@bauvista.de www.bauvista.de	Marcus Brandt (GF) Johannes Häringslack (GF) Jörg Kronenberg (GF)
COBA-Baustoffgesellschaft für Dach + Wand GmbH & Co. KG	49084 Osnabrück Kiebitzheide 44	Tel.: 05 41 / 5 05 13 - 0 info@coba-osnabrueck.de www.coba-osnabrueck.de	Bernd Lordieck (GF)
Dämmstoff- Vertriebsgruppe GmbH (DBH)	97318 Kitzingen Rosenstr. 3	Tel.: 0 93 21 / 9 24 34 - 15 info@dbh-daemmstoffe.de www.dbh-daemmstoffe.de	Thomas Baumgartner (GF) Antonio Salamone (GF)
DPB Datenmanagement zur Prozessoptimierung für Bauprodukte im Groß- und Einzelhandel e.V.	10117 Berlin Am Weidendamm 1 A	Tel.: 0 30 / 59 00 99 - 576 info@branchenstandard.com www.branchenstandard.com	Michael Hölker (Vorsitzender)

EUROBAUSTOFF Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	61231 Bad Nauheim Auf dem Hohenstein 2	Tel.: 0 60 32 / 8 05 - 0 kontakt@eurobaustoff.de www.eurobaustoff.de	Dr. Eckard Kern (GF / Vorsitzender) Jörg Hoffmann (GF) Hartmut Möller (GF)
EURO-MATériaux S.A.	5211 BM 's-Hertogenbosch (Niederlande) Stationsplein 91, 1st floor	Tel.: 003 1 / 8 59 02 28 22 doub@euro-mat.com www.euro-mat.com	Gert Rademaker (Managing Director)
FDF-Dienstleistungs- gesellschaft mbH	57234 Wilnsdorf Rathausstr. 5	Tel.: 0 27 39 / 89 32 - 0 info@fdf-dach.de www.fdf-dach.de	Heinz Slink (GF)
hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG	29614 Soltau Celler Str. 47	Tel.: 0 51 91 / 8 02 - 0 internet@hagebau.com www.hagebau.com	Jan Buck-Emden (Vorsitzender) Sven Grobrügge (GF) Torsten Kreft (GF)
MB-KAUF Baustoff-Fachhändler GmbH & Co. KG	31552 Rodenberg Im Seefeld 9	Tel.: 0 57 23 / 94 44 - 0 einkauf@mb-kauf.de www.mb-kauf.de	Ulf Schütz (GF)
UFEMAT Verband der europäischen Baustoffhändler	B-1731 Zellik Brusselsesteenweg 524 B6	Tel.: 0032 / 2 / 4 66 24 83 ufemat@ufemat.eu www.ufemat.eu	Marnix van Hoe (Generalsekretär)
ZEDACH eG Zentralgenossenschaft des Dachdeckerhandwerks	59069 Hamm Humpertshof 2	Tel.: 0 23 85 / 93 53 - 8 00 info@zedach.eu www.zedach.eu	Volkmar Sange (Vorstand)
Zentraleinkauf Baubedarf GmbH & Co. KG (ZEB)	33106 Paderborn Halberstädter Str. 39	Tel.: 0 52 51 / 1 75 00 info@zeb-online.de www.zeb-online.de	Vertreten durch: Antonius Trachternach
Zentrallager nowebau GmbH & Co. KG	26629 Grobefehn Tullumstr. 7	Tel.: 0 49 43 / 2 09 - 0 info@nowebau.de www.nowebau.de	Marco Emken (GF)

INDUSTRIEVERBÄNDE UND -ORGANISATIONEN

Arbeitsgemeinschaft Industriebau e. V. (AGI)	80333 München Brienner Str. 46	Tel.: 089 / 5 47 26 59 32 info@agi-online.de www.agi-online.de	Volkmar Metzler (Vorstandsvors.)
Arbeitsgemeinschaft Mauerziegel im Bundesverband der Deutschen Ziegelindustrie e. V.	10117 Berlin Reinhardtstr. 12 – 16	Tel.: 0 30 / 5 20 09 99 - 24 argemauerziegel@ziegel.de www.argemauerziegel.de	Dr.-Ing. Udo Meyer (techn. GF)
Arbeitsgemeinschaft Pflasterklinker e. V.	10117 Berlin Reinhardtstr. 12 – 16	Tel.: 0 30 / 5 20 09 99 - 16 info@pflasterklinker.de www.pflasterklinker.de	Hermann Berentelg (Vorsitzender)
Arbeitsgemeinschaft PVC und UMWELT e. V. (AGPU)	53113 Bonn Am Hofgarten 1–2	Tel.: 02 28 / 9 17 83 - 0 agpu@agpu.com www.agpu.com	Thomas Hülsmann (GF)
Arbeitsgemeinschaft Zweischalige Wand Marketing e. V.	10117 Berlin Reinhardtstr. 12 – 16	Tel.: 0 30 / 5 20 09 99 - 0 zwm@ziegel.de www.backstein.com	Dr. Matthias Frederichs (GF)

Bundesindustrieverband Technische Gebäudeausrüstung e.V. (BTGA)	53129 Bonn Hinter Hoben 149	Tel.: 02 28 / 9 49 17 - 0 info@btga.de www.btga.de	Günther Mertz M.A. (HauptGF)
Bundesverband der Deutschen Kalkindustrie e. V.	50968 Köln Annastr. 67 – 71	Tel.: 02 21 / 93 46 74 - 0 information@kalk.de www.kalk.de	RA Martin Ogilvie (HauptGF) Dr. Werner Fuchs (GF) Dr. Sven-Olaf Schmidt (GF)
Bundesverband der Deutschen Transportbeton- industrie e. V. (BTB)	10969 Berlin Kochstr. 6 – 7	Tel.: 0 30 / 2 59 22 92 - 0 info@transportbeton.org www.transportbeton.org	Dr.-Ing. Olaf Aßbrock (HauptGF)
Bundesverband der Deutschen Ziegelindustrie e. V.	10117 Berlin Reinhardtstr. 12 – 16	Tel.: 0 30 / 5 20 09 99 - 0 info@ziegel.de www.ziegel.de	Dr. Matthias Frederichs (HauptGF) Dipl.-Ing. Dieter Rosen (techn. GF)
Bundesverband der Gipsindustrie e. V.	10969 Berlin Kochstr. 6 – 7	Tel.: 0 30 / 31 16 98 22 - 0 info@gips.de www.gips.de	Dipl.-Ing. Holger Ortleb (GF)
Bundesverband energieeffiziente Gebäudehülle e.V. (BuVEG)	10117 Berlin Friedrichstr. 95 (PB 138)	Tel.: 0 30 / 31 01 10 90 kontakt@buveg.de www.buveg.de	Jan Peter Hinrichs (GF)
Bundesverband Estrich und Belag e. V. (BEB)	10117 Berlin Kronenstraße 55 - 58	Tel.: 0 30 / 2 03 14 - 5 52 info@beb-online.de www.beb-online.de	Dipl.-Ing. (FH) Dieter Kühlenkamp (GF)
Bundesverband Kalksandsteinindustrie e. V. (BVKSI)	30419 Hannover Entenfangweg 15	Tel.: 05 11 / 2 79 54 - 0 info@kalksandstein.de www.kalksandstein.de www.facebook.de / kalksandstein	Dipl.-Kfm. Roland Meißner (GF)
Bundesverband Keramische Fliesen e. V.	10117 Berlin Luisenstr. 44	Tel.: 0 30 / 27 59 59 74 - 0 info@fliesenverband.de www.fliesenverband.de	Jens Fellhauer (GF)
Bundesverband Leichtbeton e. V. (BVLB)	56564 Neuwied Sandkauler Weg 1	Tel.: 0 26 31 / 35 55 50 info@leichtbeton.de www.leichtbeton.de	Dipl.-Ing. Dieter Heller (HauptGF) Dr.-Ing. Thomas Kranzler (techn. GF)
Bundesverband Mineralische Rohstoffe e. V. (MIRO)	47051 Duisburg Düsseldorfer Str. 50 (Hauptgeschäftsstelle)	Tel.: 02 03 / 9 92 39 - 60 info@bv-miro.org www.bv-miro.org	Ass. d. Bergfachs Walter Nelles (Stellv. HGF und Sprecher der GF)
Bundesverband Parkett- und Fußbodentechnik (BVPF)	10117 Berlin Kronenstraße 55 - 58	Tel.: 0 30 / 2 03 14 - 542 info@bv-parkett.de www.bv-parkett.de	Dipl.-Ing. (FH) Dieter Kühlenkamp (GF)
Bundesverband Porenbetonindustrie e. V.	10969 Berlin Kochstr. 6 – 7	Tel.: 0 30 / 25 92 82 - 14 info@bv-porenbeton.de www.bv-porenbeton.de	Petra Lieback (GF)
Bundesverband Rollladen + Sonnenschutz e. V.	53177 Bonn Hopmannstr. 2	Tel.: 02 28 / 9 52 10 - 0 info@rs-fachverband.de www.rs-fachverband.de	RA Ingo Plück (HauptGF)

Bundesverband Spannbeton-Fertigdecken e. V. (BVVF)	12526 Berlin Paradiesstr. 208	Tel.: 0 30 / 61 69 57 - 14 info@spannbeton-fertigdecken.de www.spannbeton-fertigdecken.de	Dr.-Ing. Stefan Seyffert (GF)
Deutsche Bauchemie e. V.	60329 Frankfurt / M. Mainzer Landstr. 55	Tel.: 0 69 / 25 56 13 18 info@deutsche-bauchemie.de www.deutsche-bauchemie.de	Dipl.-Ing. Norbert Schröter (HauptGF)
Deutsche Betonbauteile	30938 Großburgwedel Raiffeisenstraße 8	Tel.: 0 51 39 / 99 94 30 zentrale@deutsche-betonbauteile.de www.deutsche-betonbauteile.de	Dr.-Ing. Jens Uwe Pott (Vertreter)
Deutsche Gesellschaft für Mauerwerks- und Wohnungsbau e. V. (DGfM)	10969 Berlin Kochstr. 6 – 7	Tel.: 0 30 / 25 35 96 - 40 mail@dgfm.de www.dgfm.de	Dr. Ronald Rast (GF)
Deutscher Holzschutzverband für Außenholzprodukte e. V. (DHV)	55411 Bingen-Büdesheim Saarlandstr. 208	Tel.: 0 67 21 / 96 81 - 0 dhv@holzschutz.com www.holzschutz.com	Uwe Halupczok (GF)
Deutscher Naturwerkstein Verband e. V. (DNV)	97070 Würzburg Sanderstr. 4	Tel.: 09 31 / 1 20 61 info@natursteinverband.de www.natursteinverband.de	Reiner Krug (GF)
Deutsches Institut für vorbeugenden Brandschutz e. V. (DivB)	10115 Berlin Brunnenstraße 156	Tel.: 0 30 / 7 00 80 09 44 info@divb.org www.divb.org	Dr. Roman Rupp (Präsident) Jörg-Uwe Strauß (GF)
EuroWindoor AISBL	General Secretariat 60594 Frankfurt / M. Walter-Kolb-Str. 1–7	Tel.: 0 69 / 95 50 54 - 36 GS@eurowindoor.eu www.eurowindoor.eu	Frank Koos (Generalsekretär)
Fachverband Baustoffe und Bauteile für vorgehängte hinterlüftete Fassaden e. V. (FVHF)	10785 Berlin Kurfürstenstr. 129	Tel.: 0 30 / 21 28 62 81 info@fvhf.de www.fvhf.de	Andreas Reinhardt (Vorstands- vorsitzender)
Fachverband Mineralwolleindustrie e. V. (FMI)	10117 Berlin Friedrichstr. 95 (PB 138)	Tel.: 0 30 / 27 59 44 52 info@fmi-mineralwolle.de www.fmi-mineralwolle.de	Dr.-Ing. Thomas Tenzler (GF)
Fachverband Schloss- und Beschlagindustrie e. V. (FVSB)	42551 Velbert Offerstr. 12	Tel.: 0 20 51 / 95 06 - 0 info@fvsb.de www.fvsb.de	Dipl.-Ing. Stephan Schmidt (GF)
Fachverband Tageslicht und Rauchschutz e. V. (FVLR)	32758 Detmold Ernst-Hilker-Str. 2	Tel.: 0 52 31 / 3 09 59 - 0 info@fvlr.de www.fvlr.de	Thomas Hegger (GF)
Fachvereinigung Betriebs- und Regenwassernutzung e. V. (fbr)	64295 Darmstadt Hilpertstr. 20	Tel.: 0 61 51 / 33 92 57 info@fbr.de www.fbr.de	Torsten Grüter (Präsident)
Fachvereinigung Extruderschäum e. V. (FPX)	10117 Berlin (Mitte) Friedrichstr. 95	Tel.: 0 30 / 52 68 72 09 info@fpx-daemmstoffe.de www.fpx-daemmstoffe.de	Dipl.-Ing. (FH) Norbert Buddendick (GF)
Fachvereinigung Faserbeton e. V. (FVF)	76287 Rheinstetten Konrad-Adenauer-Str. 45	Tel.: 07 21 / 9 51 34 75 gs@fvf-faserbeton.de www.fvf-faserbeton.de	Dipl.-Ing. Matthias Bayer (GF)

Gütegemeinschaft Brandschutz e. V.	10117 Berlin Wilhelmstraße 77	Tel.: 0 30 / 22 48 90 79 info@gba-brandschutz.de mittelstand@peterspary.de www.gba-brandschutz.de	Boris Schubert (Vorsitzender) Dr. Dr. h.c. Peter Spary, Diplom-Volkswirt (GF)
Gütegemeinschaft Estrich und Belag	10117 Berlin Kronenstraße 55 - 58	Tel.: 0 30 / 20 31 45 09 info@beb-online.de www.gueteschutz-estrich.de	Dipl.-Ing. (FH) Dieter Kühlenkamp (GF)
Gütegemeinschaft Fenster, Fassaden und Haustüren e. V.	60594 Frankfurt/M. Walter-Kolb-Str. 1 – 7	Tel.: 0 69 / 95 50 54 - 0 ral@window.de www.ralfenster.de	Frank Lange (GF)
Gütegemeinschaft Holzbau – Ausbau – Dachbau e. V. (GHAD)	10117 Berlin Kronenstr. 55 – 58	Tel.: 0 30 / 2 03 14 - 0 info@ghad.de www.ghad.de	Dipl.-Ing. Rainer Kabelitz-Ciré (GF)
Gütegemeinschaft Imprägnierte Holzbauelemente e. V.	55411 Bingen-Büdesheim Saarlandstr. 208	Tel.: 0 67 21 / 96 81 - 0 info@mit-sicherheit-haltbar.de www.mit-sicherheit-haltbar.de	Uwe Halupczok (GF)
Gütegemeinschaft Trockenbau e. V.	64285 Darmstadt Annastr. 18	Tel.: 0 61 51 / 9 65 99 - 28 info@trockenbau-ral.de www.trockenbau-ral.de	Karl Schlichter (Vorstand)
Güteschutzgemeinschaft Hartschaum e. V. (GSH)	29221 Celle Schildenstr. 24	Tel.: 0 51 41 / 88 92 - 65 info@gsh.eu www.gsh.eu	Dipl.-Ing. Corth Siegfried (Leiter Zertifizierungsstelle)
Herstellerverband Haus & Garten e. V.	50679 Köln Deutz-Mülheimer Str. 30	Tel.: 02 21 / 27 98 01 - 0 info@herstellerverband.de www.herstellerverband.de	Ralf Rahmede (GF)
Industrieverband Bitumen-Dach- und Dichtungsbahnen e. V. (vdd)	60329 Frankfurt am Main Mainzer Landstr. 55	Tel.: 0 69 / 25 56 - 13 14 info@derdichtebau.de www.derdichtebau.de	Dr.-Ing. Rainer Henseleit (GF)
Industrieverband der Produzenten von Kunststoff-Dach- und Dichtungsbahnen DUD e. V.	64285 Darmstadt Ahastr. 7	Tel.: 0 61 51 / 2 11 80 info@dud-ev.de www.kunststoff-bahn.de	Dipl.-Ing. Adrian Dobrat (GF)
Industrieverband Dichtstoffe e. V. (IVD)	40237 Düsseldorf Sohnstraße 65	Tel.: 02 11 / 67 07 - 8 45 info@ivd-ev.de www.ivd-ev.de	Louis Schnabl (GF)
Industrieverband Hartschaum e. V. (IVH)	10117 Berlin Friedrichstr. 95 / P. B. 152 (Internationales Handelszentrum)	Tel.: 0 30 / 20 96 10 50 info@ivh.de www.ivh.de	Serena Klein (GF / Sprecherin) Ulrich Meier (GF Technik)
Industrieverband Klebstoffe e. V.	40219 Düsseldorf Völklinger Str. 4 (RWI-Haus)	Tel.: 02 11 / 6 79 31 - 10 info@klebstoffe.com www.klebstoffe.com	Ansgar van Halteren (HauptGF)
Industrieverband Polyurethan-Hartschaum e. V. (IVPU)	70191 Stuttgart Heilbronner Straße 154	Tel.: 07 11 / 2 26 87 14 ivpu@ivpu.de www.daemmt-besser.de	Dipl.-Ing. (FH) Tobias Schellenberger (GF)
Industrieverband Steine und Erden e. V. Neustadt/Weinstraße	67433 Neustadt/Weinstraße Friedrich-Ebert-Str. 11–13	Tel.: 0 63 21 / 8 52 - 0 mail@verband-steine-erden.de www.verband-steine-erden.de	Philipp Rosenberg (GF)

InformationsZentrum Beton GmbH	40699 Erkrath Steinhof 39	Tel.: 02 11 / 2 80 48 - 1 izb@beton.org www.beton.org	Ulrich Nolting (GF)
KS* Der Kalksandstein KS-ORIGINAL GMBH	30419 Hannover Entenfangweg 15	Tel.: 05 11 / 2 79 53 - 0 info@ks-original.de www.ks-original.de	Peter Theissing (GF)
Kunststoffrohrverband e. V. Fachverband der Kunststoffrohr- Industrie (KRV)	53175 Bonn Kennedyallee 1 – 5	Tel.: 02 28 / 9 14 77 - 0 info@krv.de www.krv.de	Dr. Elmar Löckenhoff (GF)
Unternehmerverband Mineralische Baustoffe (UVMB) e. V.	12526 Berlin Paradiesstr. 208	Tel.: 0 30 / 61 69 47 - 32 berlin@uvmb.de www.uvmb.de	Dr.-Ing. Steffen Wiedenfeld (HauptGF) Dipl.-Geol. Dipl.-Kfm. (FH) Bert Vulpus (GF)
Verband der Deutschen Holzwerkstoffindustrie e. V. (VHI)	10117 Berlin Schumannstraße 9	Tel.: 0 30 / 28 09 12 - 50 vhimail@vhi.de www.vhi.de	Anemon Strohmeier (GF)
Verband für Dämmsysteme, Putz und Mörtel e. V. (VDPM)	10117 Berlin Reinhardtstr. 14	Tel.: 0 30 / 4 03 67 07 50 info@vdpm.info www.vdpm.info	Dr.-Ing. Hans-Joachim Riechers (HauptGF)
Verein Deutscher Zementwerke e. V. (VDZ)	10969 Berlin Kochstr. 6 – 7	Tel.: 0 30 / 2 80 02 - 0 vdz@vdz-online.de www.vdz-online.de	Dr. Martin Schneider (HauptGF)
Wirtschaftsverband Brandschutz e. V.	10117 Berlin Wilhelmstraße 77	Tel.: 0 30 / 22 48 90 79 info@gba-brandschutz.de mittelstand@peterspary.de www.wvb-ev.de	Boris Schubert (Präsident) Dr. Dr. h.c. Peter Spary, Dipl.-Volkswirt (Geschäftsführendes Präsidialmitglied)

SPITZEN- UND DACHVERBÄNDE

Bundesverband Baustoffe – Steine und Erden e. V. (bbs)	10969 Berlin Kochstr. 6 – 7	Tel.: 0 30 / 7 26 19 99 - 0 info@bvbaustoffe.de www.bvbaustoffe.de	Michael Basten (HauptGF)
Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V. (BGA)	10117 Berlin Am Weidendamm 1 A	Tel.: 0 30 / 5 90 09 95 - 0 info@bga.de www.bga.de	RA Gerhard Handke (HauptGF)
Cerame-Unie – The European Ceramic Industry Association Construction Products Europe	B-1040 Brüssel Rue Belliard 12 B-1170 Brussels 68 Boulevard du Souverain - Vorstlaan 68 / Box 1	Tel.: 00 32 / 28 08 38 80 sec@cerameunie.eu www.cerameunie.eu Tel.: 0032 / 2 / 4 63 49 57 info@construction-products.eu www.construction-products.eu	Renaud Batier (Generaldirektor) Christophe Sykes (Director General)
Europäischer Verband der Isolierhersteller (Eurima)	B-1050 Brussels Avenue Louise 375, Box 4	Tel.: 00 32 / 2 / 6 26 20 90 info@eurima.org www.eurima.org	Jan te Bos (Generaldirektor)
European Autoclaved Aerated Concrete Association (EAACA)	14797 Kloster Lehnin Hohes Steinfeld 1	Tel.: 0 3382 / 7 06 01 12 info@eaaca.org www.eaaca.org	Dipl.-Ing. Torsten Schoch (Generalsekretär)

European DIY Retail Association (EDRA) Global Home Improvement Network (GHIN)	50667 Köln An der Rechtschule 1 – 3	Tel.: 02 21 / 25 87 95 88 herbert@edra-ghin.org www.edra-ghin.org	John Herbert (Generalsekretär)
Gesamtverband Deutscher Holzhandel e. V. (GD Holz)	10117 Berlin Am Weidendamm 1 A	Tel.: 0 30 / 72 62 58 00 info@gdholz.de www.gdholz.de	Thomas Goebel (GF)
Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e. V. (GKV)	10178 Berlin Gertraudenstraße 20	Tel.: 0 30 / 2 06 16 71 50 info@gkv.de www.gkv.de	Dr. Oliver Möllenstädt (HauptGF)
Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e. V. (HDB)	10785 Berlin Kurfürstenstr. 129	Tel.: 0 30 / 2 12 86 - 0 info@bauindustrie.de www.bauindustrie.de	Dieter Babel (HauptGF)
Hauptverband der Dt. Holz u. Kunststoffe verarb. Ind. u. verwandter Industrie- u. Wirtschaftszweige e. V.	53604 Bad Honnef Flutgraben 2	Tel.: 0 22 24 / 93 77 - 0 info@holzindustrie.de www.holzindustrie.de	Dr. Denny Ohnesorge (HauptGF)
Home Improvement Manufacturers Association (HIMA)	50679 Köln Deutz-Mülheimer Str. 30	Tel.: 02 21 / 27 98 01 - 0 info@himanetwork.com www.himanetwork.com	Ralf Rahmede (GF)
Tiles & Bricks Europe AISBL (TBE)	B-1000 Bruxelles 17, Rue de la Montagne	Tel.: 00 32 / 28 08 38 80 sec@cerameunie.net www.tiles-bricks.eu	Adolfo Aiello (Secretary General)
Verband der European Adhesive und Dichtstoffindustrie (FEICA)	B-1160 Brussels 2, Av Edmond Van Nieuwenhuyse	Tel.: 00 32 / 2 / 8 96 96 00 info@feica.eu www.feica.com	Kristel Ons (Secretary General)
Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. (VDS)	53113 Bonn Rheinweg 24	Tel.: 02 28 / 92 39 99 - 30 info@sanitaerwirtschaft.de www.sanitaerwirtschaft.de	RA Jens J. Wischmann (GF)
Zentralverband des Deutschen Baugewerbes e. V. (ZDB)	10117 Berlin Kronenstr. 55 – 58	Tel.: 0 30 / 2 03 14 - 0 Bau@zdb.de www.zdb.de	RA Felix Pakleppa (HauptGF)
Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks e. V. (ZVDH)	50968 Köln Fritz-Reuter-Str. 1	Tel.: 02 21 / 39 80 38 - 0 zvdh@dachdecker.de www.dachdecker.org	Ulrich Marx (HauptGF)
Zentralverband des Deutschen Handwerks e. V. (ZDH)	10117 Berlin Mohrenstr. 20/21	Tel.: 0 30 / 2 06 19 - 0 info@zdh.de www.zdh.de	Holger Schwannecke (Generalsekretär)
Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie e. V. (ZVEI)	60528 Frankfurt / M. Lyoner Str. 9	Tel.: 0 69 / 63 02 - 0 zvei@zvei.org www.zvei.org	Dr. Wolfgang Weber (Vors. d. Geschäftsf.)
Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK)	53757 St. Augustin Rathausallee 6	Tel.: 0 22 41 / 92 99 - 0 info@zvshk.de www.zvshk.de	Helmut Bramann (HauptGF)

WEITERE VERBÄNDE UND ORGANISATIONEN

BAKA Bundesverband Altbauerneuerung e. V.	13187 Berlin Elisabethweg 10	Tel.: 0 30 / 4 84 90 78 - 55 info@bakaberlin.de www.bakaberlin.de	Vertretungsberecht. Vorstand Ulrich Zink (Vorsitz.) Dr. Cornelia Vater (stellv. Vorsitzende)
BDB Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e. V.	12203 Berlin Willdenowstr. 6	Tel.: 0 30 / 84 18 97 - 0 info@baumeister-online.de www.baumeister-online.de	Dipl.-Ing. Christoph Schild (Präsident) RA Martin Wittjen (HauptGF)
BFW Bundesverband Freier Immobilien- und Wohnungs- unternehmen e. V.	10117 Berlin Französische Straße 55	Telefon: 0 30 / 3 27 81 - 0 office@bfw-bund.de www.bfw-bund.de	RA Christian Bruch (BundesGF)
Bildungszentrum Groß- und Außenhandel GmbH (DAHD)	10117 Berlin Am Weidendamm 1 A	Tel.: 0 30 / 5 90 09 95 42 info@dahd.de www.dahd.de	Michael Alber (GF)
Bundesarchitektenkammer – BAK – Bundesgemeinschaft der Architektenkammern, Körperschaften des Öffentlichen Rechts e. V.	10963 Berlin Askanischer Platz 4	Tel.: 0 30 / 26 39 44 - 0 info@bak.de www.bak.de	Dr. jur. Tillmann Prinz (BundesGF)
Bund Deutscher Architekten BDA Bundesgeschäftsstelle	10179 Berlin Wilhelmine-Gemberg-Weg 6	Tel.: 0 30 / 27 87 99 - 0 kontakt@bda-bund.de www.bda-bund.de	Susanne Wartteck (Präsidentin)
Bund Deutscher Innenarchitekten bdia e. V.	10179 Berlin Wilhelmine-Gemberg-Weg 6 Aufgang G	Tel.: 0 30 / 64 07 79 78 info@bdia.de www.bdia.de	RA Frithjof Jönsson (GF)
Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (bdla) Bundesgeschäftsstelle	10179 Berlin Wilhelmine-Gemberg-Weg 6 Aufgang A	Tel.: 0 30 / 27 87 15 - 0 info@bdla.de www.bdla.de	Ingeborg Paland (GF)
Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e. V. (GdW)	10785 Berlin Klingelhöferstraße 5	Telefon: 0 30 / 8 24 03 - 0 mail@gdw.de www.gdw.de	Axel Gedaschko (Vorstand)
Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V. (BGL)	53604 Bad Honnef Alexander-von-Humboldt- Straße 4 (Haus der Landschaft)	Tel.: 0 22 24 / 77 07 - 0 info@galabau.de www.galabau.de	Dr. Robert Kloos (HauptGF)
Bundesverband in den Gewerken Trockenbau und Ausbau e. V. (BIG)	10707 Berlin Olivaer Platz 16	Tel.: 0 30 / 88 72 74 66 kontakt@big-trockenbau.de www.big-trockenbau.de	Dr. Bettina Schwegmann (GF)
Institut Bauen und Umwelt e. V. (IBU)	10178 Berlin Panoramastraße 1	Tel.: 0 30 / 3 08 77 48 - 0 info@ibu-epd.com www.ibu-epd.de	Dr. Alexander Röder (GF)
natureplus e. V. Internationaler Verein für zukunftsfähiges Bauen und Wohnen	69151 Neckargemünd Hauptstraße 24	Tel.: 0 62 23 / 86 60 17 - 0 info@natureplus.org www.natureplus.org	Tilman Kramolisch (GF)

Qualitätsverband Solar- und Dachtechnik e.V. (QVSD)	81476 München Winterthurer Straße 2 – 4 c/o Ingenieurbüro Kirch	Tel.: 0157 7 2 58 89 17 info@qvsd.de www.qvsd.de	Dipl.-Ing. Matthias Graf von Armansperg (GF)
Verband Fenster + Fassade (VFF)	60594 Frankfurt/M. Walter-Kolb-Str. 1 – 7	Tel.: 0 69 / 95 50 54 - 0 vff@window.de www.window.de	Frank Lange (GF) Frank Koos (GF)

Baustoff-Jahrbuch 2020/2021

In einer Zeit der immer rascheren Veränderungen und immer größer werdenden Informationsflut wächst gleichzeitig das Bedürfnis nach Überblick und Orientierung. Diese Funktion erfüllt das „Baustoff-Jahrbuch“ seit nunmehr 18 Jahren.

Auch die aktuelle Ausgabe bündelt wieder die wichtigsten Ereignisse des abgelaufenen Jahres. Darüber hinaus zeigen namhafte Autoren aus der Baustoffbranche sowie aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik Perspektiven weit über das Tagesgeschehen auf. Der neuen Ausgabe liegt wieder die aktuelle Leistungsstatistik des Bundesverbandes Deutscher Baustoff-Fachhandel bei.

Das „Baustoff-Jahrbuch“ sollte nicht nur Pflichtlektüre für alle Führungskräfte der Baustoffbranche sein. Es eignet sich auch als hervorragende Visitenkarte und wertiges Geschenk für Kunden und Multiplikatoren aus Politik und Wirtschaft.

Das „Baustoff-Jahrbuch“ soll wieder Impulse und Denkanstöße geben und nicht zuletzt den Dialog innerhalb und außerhalb der Branche anregen.

ISBN 978-3-947919-08-6



www.rm-handelsmedien.de

www.rudolf-mueller.de
www.rm-handelsmedien.de